

CHANEL

RÉSULTATS FINANCIERS DE CHANEL LIMITED POUR L'EXERCICE CLOS AU 31 DÉCEMBRE 2023

Londres, le 21 mai 2024

PRINCIPALES INFORMATIONS FINANCIÈRES

- Les résultats financiers 2023 reflètent une forte croissance sur l'ensemble des catégories de produits, confirmant la désirabilité des créations de CHANEL
- Le chiffre d'affaires s'élève à **19,7 milliards de dollars**, en hausse de **16%** par rapport à 2022 à taux de change constant et sur des bases comparables
- Le résultat opérationnel est de **6 407 millions de dollars**, soit une augmentation de **10,9%** par rapport à 2022
- Le solde net de trésorerie a été positif en fin d'année, reflétant la solide performance de Chanel et sa santé financière
- **2 463 millions de dollars** ont été investis pour la promotion de la Marque, notamment pour des événements clients, soit une hausse de 20% par rapport à 2022
- Les investissements ont atteint **1 227 millions de dollars**, soit 6,2% des ventes
- Le cash-flow disponible opérationnel a atteint **3 755 millions de dollars**

Leena Nair, Global Chief Executive Officer, commente:

« Les excellents résultats que nous dévoilons aujourd'hui témoignent de la volonté permanente de Chanel d'offrir à ses clients des créations exceptionnelles et inspirantes. Ils traduisent notre investissement constant à la fois dans la désirabilité de notre Marque, dans la création d'une expérience de luxe ultime pour nos clients, et dans le développement et l'épanouissement de nos collaborateurs. »

Notre stratégie s'inscrit dans une vision à long terme, animée par l'ambition de nous projeter dans l'avenir et par la conviction profonde que la création est un vecteur de transformation. En 2023, nos effectifs ont connu une croissance de 14% à l'échelle mondiale, ce qui porte notre nombre total de collaborateurs à plus de 36 500. Nous avons élargi notre réseau de distribution à plus de 600 boutiques à travers le monde et avons significativement investi en recherche et développement, ainsi que dans la technologie. De plus, nous avons lancé l'initiative Chanel Open Innovation afin d'établir des partenariats avec des startups, des leaders d'opinion et des institutions académiques.

Chanel s'efforce de générer un impact positif sur l'environnement et au sein des communautés où nous sommes présents. Notre approche en matière de développement durable, notre « Sustainability Ambition », s'articule autour de quatre piliers : restaurer la nature et le climat, investir dans la circularité, soutenir ceux qui interviennent sur notre chaîne d'approvisionnement et promouvoir l'autonomie des femmes. Nous sommes fiers de nos nouveaux objectifs Net-zéro 2040 validés par l'initiative Science Based Targets (SBTi) qui favoriseront la transformation de nos activités. »

Philippe Blondiaux, Directeur Financier, souligne:

« Chanel a réalisé à nouveau en 2023 une solide performance financière, avec une croissance à deux chiffres dans toutes les catégories. Les ventes ont augmenté sur l'ensemble des marchés, les équipes de vente continuant à renforcer nos liens avec la clientèle locale, tout en bénéficiant de la reprise durable du tourisme.

Après trois années de croissance exceptionnelle pour notre industrie, le contexte est plus difficile. Ceci étant, après un niveau record l'année dernière, Chanel continuera à augmenter ses investissements, que ce soit dans la promotion de la Marque, la préservation des savoir-faire artisanaux, l'excellence de l'expérience client, l'immobilier, ou encore dans nos boutiques et notre réseau de distribution.

Nous restons convaincus que la cohérence de notre approche à long terme ainsi que la force et l'attrait uniques de la Marque CHANEL nous positionnent favorablement pour l'avenir. »

2023: PRINCIPALES INFORMATIONS OPÉRATIONNELLES

- Chanel a réalisé une nouvelle année exceptionnelle en 2023, avec une croissance des ventes à deux chiffres dans toutes les catégories, dépassant les résultats de l'année 2022 dans toutes les régions. Chanel a maintenu ses niveaux d'investissement au service de la création et de la qualité des produits, de l'expérience client comme de l'expérience collaborateurs. Les équipes de vente ont profité du retour des touristes dans de nombreuses destinations au cours de l'année, tout en continuant à cultiver les liens avec la clientèle locale.
- Les créations et les collections de l'activité **Mode** n'ont cessé d'inspirer nos clients, avec une croissance exceptionnelle dans toutes les catégories, en particulier le Prêt-à-Porter, la Maroquinerie et les Souliers. La collection Croisière a été dévoilée à Los Angeles, à l'occasion de la réouverture du flagship de Rodeo Drive. Une réplique du défilé a ensuite été présentée en novembre à Shenzhen. La collection s'inspire des multiples facettes de Los Angeles : Gabrielle Chanel avait débuté une longue histoire avec la ville en 1931, lorsque le producteur Samuel Goldwyn l'avait invitée à créer des costumes pour des films à Hollywood. En décembre, de l'autre côté de l'Atlantique, le défilé Métiers d'Art s'est tenu à Manchester, renforçant la relation centenaire de la Maison avec la Grande-Bretagne. La collection a célébré l'art de la couture de Gabrielle Chanel.
- La division **Parfums Beauté** a connu une très forte croissance dans toutes les catégories, en particulier le maquillage, grâce à la reprise durable du travel retail et à une croissance soutenue portée par la clientèle locale. En début d'année, Whitney Peak a été annoncée comme la nouvelle COCO MADEMOISELLE, marquant ainsi une nouvelle ère pour le parfum. L'irrévérence, la vitalité et la détermination de l'actrice incarnent l'histoire de COCO MADEMOISELLE. Timothée Chalamet est devenu le nouveau visage de BLEU DE CHANEL, incarnant une vision moderne de la masculinité, et célébrant un nouveau chapitre pour le parfum. L'année a également été marquée par le lancement de 31 LE ROUGE, le tout premier rouge à lèvres présenté dans un étui en verre. Le rouge à lèvres est rechargeable, ce qui en fait l'accessoire intemporel par excellence.
- L'**Horlogerie Joaillerie** a prouvé sa désirabilité et poursuivi sa dynamique. Celle-ci a été portée par la collection de Haute Joaillerie TWEED DE CHANEL. Patrice Leguèreau, Directeur du Studio de Création Joaillerie de CHANEL, s'est inspiré du tissu emblématique de CHANEL pour créer une collection de 45 pièces exceptionnelles, présentée au British Museum de Londres. Pour la Haute Horlogerie, Arnaud Chastaingt, Directeur du Studio de Création Horlogère, a proposé une nouvelle collection capsule, INTERSTELLAR, ainsi qu'une collection Métiers d'Art, MADEMOISELLE PRIVE PIQUE-AIGUILLES, collection unique s'inspirant des ateliers de Haute Couture. Les collections intemporelles PREMIÈRE et COCO CRUSH ont également continué à réaliser de belles performances tout au long de l'année.
- Chanel a continué à investir de manière significative en 2023. Ces investissements ont principalement concerné le réseau de distribution avec notamment l'ouverture d'une boutique à Milan réunissant la Mode et l'Horlogerie Joaillerie sur l'emblématique Via Montenapoleone et la réouverture du flagship de Beverly Hills. Le développement du réseau CHANEL & moi - Les Ateliers, s'est poursuivi avec des ouvertures à Tokyo et à Londres, traduisant l'engagement de CHANEL à assurer la durabilité de ses créations auprès de ses clients. Chanel a également exprimé son engagement à faire de Londres un hub de connexion et de collaboration mondiale pour la société, avec la signature d'un bail d'une durée de 20 ans pour son nouveau siège mondial. Avec l'évolution rapide de la technologie et de l'IA, l'investissement dans les technologies de l'information reste une priorité majeure, afin de garantir le développement continu des opérations et de l'innovation en matière d'expérience client.
- Les effectifs globaux ont augmenté de 14% pour atteindre plus de 36 500 salariés, contre 32 000 en 2022, lié en particulier à la croissance d'expertises dans les domaines du numérique et de la vente.

- S'inscrivant dans la continuité de plus d'un siècle d'engagement en faveur des arts, le CHANEL Culture Fund cultive un réseau dynamique de créateurs et innovateurs pour faire avancer les idées qui font la culture à travers le monde. Ses principaux programmes incluent : les Art Partners, des institutions culturelles dont les dirigeants sont des partenaires clés pour faire émerger, au sein de notre écosystème culturel, des initiatives novatrices et pensées à long terme ; le CHANEL Next Prize, prix biennal qui célèbre les artistes et favorise leurs succès futurs en leur donnant accès à des ressources et opportunités de mentorat ; la prochaine saison du podcast CHANEL Connects qui continue d'amplifier les voix de penseurs de toutes disciplines, générations, et de tous horizons – explorant les idées et questions qui définissent notre époque. Que ce soit chez une nouvelle génération de conservateurs avec le MCA (Museum of Contemporary Art) de Chicago, des écologistes de renom avec le Leeum Museum of Art à Séoul, des artistes réinventant leur discipline pendant la Biennale d'art de Venise ou encore de brillants cinéastes avec le British Film Institute, le CHANEL Culture Fund exalte l'audace créative pour un avenir meilleur.
- Désireuse de contribuer à un impact positif dans le monde et s'appuyant sur le solide héritage de la Maison en matière de soutien aux femmes et aux adolescentes, Chanel a renforcé son engagement envers la Fondation CHANEL en augmentant sa contribution annuelle à 110 millions de dollars en 2023 (100 millions de dollars en 2022) - avec des programmes qui ont aujourd'hui un impact sur la vie de 9 millions d'entre elles.

2023 : PRINCIPALES INFORMATIONS EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

- Chanel poursuit sa Sustainability Ambition en se concentrant sur quatre domaines clés : restaurer la nature et le climat ; investir dans la circularité ; soutenir ceux qui interviennent sur notre chaîne d'approvisionnement ; promouvoir l'autonomie des femmes. Parmi les initiatives à souligner :
 - Augmentation de la part de l'or recyclé à plus de 80% au sein de la division Horlogerie Joaillerie, contribuant ainsi à une réduction de son empreinte carbone tout en soutenant les chaînes d'approvisionnement circulaires.
 - Développement de pratiques agricoles régénératrices au sein de la chaîne d'approvisionnement en alcool de betterave sucrière grâce à un partenariat avec « Pour une Agriculture Du Vivant » (PADV), Chanel s'approvisionnant uniquement auprès de producteurs certifiés bio et pratiquant une agriculture régénératrice.
 - Développement d'une chaîne d'approvisionnement éco-responsable du cachemire en Mongolie et augmentation de l'utilisation du cachemire certifié Global Organic Textile Standard (GOTS), au sein de la division Mode.
 - Investissement dans la circularité pour accroître la durée d'utilisation des matériaux et des espaces, et réduire l'impact sur le climat, comme lors de l'exposition LE GRAND NUMÉRO DE CHANEL à Paris où 97 % des matériaux ont été réutilisés.
 - Pilotage de la mise en place du consortium TRASCE (Traceability Alliance for Sustainable Cosmetics), qui réunit 15 entreprises cosmétiques et dont le but est d'améliorer la cartographie des chaînes d'approvisionnement, tout en renforçant la durabilité à grande échelle tant sur le plan environnemental que social.
- Chanel continue de progresser dans ses ambitieux objectifs Net-zéro, dans le but de réduire son impact tout en faisant appel à de nouveaux fournisseurs et en investissant dans l'innovation et la préservation du savoir-faire artisanal.
 - Conscient de sa responsabilité et du rôle que les entreprises de luxe ont à jouer dans l'accélération de la lutte contre la crise climatique, Chanel s'est engagé à atteindre des émissions Net Zéro de gaz à effet de serre (GES) sur l'ensemble de sa chaîne de valeur d'ici 2040, engagement validé par l'initiative Science-Based Targets (SBTi).
 - Il s'agit d'objectifs absolus pour les scopes 1, 2 et 3, et l'empreinte carbone de l'entreprise inclut les fournisseurs intégrés.
 - En 2023, l'empreinte carbone de Chanel a été réduite grâce à sa stratégie climat pluriannuelle :
 - Les émissions de scope 1 et 2 ont diminué de 3% par rapport à 2022.
 - Les émissions de scope 3 ont diminué de 4% par rapport à 2022.
 - Chanel s'est approvisionné en électricité provenant à 98% de sources renouvelables en 2023.

HIGHLIGHTS				
	2023	2022	VARIATION DU POURCENTAGE EN DONNEES PUBLIEES VS 2022	VARIATION DU POURCENTAGE EN COMPARABLE VS 2022
CHIFFRE D'AFFAIRES EN MILLIONS DE DOLLARS US	19,744	17,224	14.6%	15.8%
EUROPE	5,606	4,720	18.8%	16.4%
ASIE PACIFIQUE	10,178	8,645	17.7%	21.6%
AMÉRIQUES	3,960	3,859	2.6%	2.4%

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	6,407	5,776	10.9%
EBITDA	6,890	6,300	9.4%
TAUX D'IMPOSITION	25.9%	25.5%	0.4%
RÉSULTAT NET	4,732	4,596	3.0%

EXCÉDENT DE TRÉSORERIE	5,797	2,365	145.1%
CASH FLOW DISPONIBLE OPÉRATIONNEL	3,755	3,534	6.2%
INVESTISSEMENTS EN CAPITAL	1,227	668	83.6%
COLLABORATEURS (À LA FIN DE L'ANNÉE)	36,544	32,116	13.8%

BILAN CARBONE *			
EMISSIONS DU SCOPE 1 (TCOE)	21,317	21,434	-1%
EMISSIONS DU SCOPE 2 (TCO2E)	3,047	3,777	-19%
EMISSIONS DU SCOPE 3 (TCO2E)	1,211,296	1,256,366	-4%
ELECTRICITÉ RENOUELABLE	98%	97%	+1%

Le tableau a été mis à jour pour refléter le périmètre comparable de reporting net-zéro pour l'année 2022. Le changement du scope 3 est un accroissement de 252,468 tonnes de CO2e, essentiellement lié à l'inclusion de nos fournisseurs intégrés.

CONTACT PRESSE

Teneo

Jonathan Sibun / Jessica Reid

+44 (0) 207 353 4200 / chanel@teneo.com

À propos de Chanel

Chanel est une entreprise privée, leader mondial dans la création, le développement, la fabrication et la distribution de produits de luxe. Fondée par Gabrielle Chanel au début du siècle dernier, Chanel propose un large éventail de créations haut de gamme, incluant le Prêt-à-Porter, la maroquinerie, les accessoires, les lunettes, les parfums, le maquillage, le soin, la joaillerie et l'horlogerie. Chanel est également réputée pour ses collections de Haute Couture présentées deux fois par an à Paris et pour avoir fait l'acquisition d'un grand nombre de fournisseurs spécialisés, connus sous l'appellation « Métiers d'Art ». Chanel est dédiée au luxe ultime et s'attache à offrir un artisanat exceptionnel. La Marque place historiquement la Création au sein de ses valeurs fondamentales. À ce titre, Chanel promeut à travers le monde la culture, l'art, la créativité et le savoir-faire et investit significativement en ressources humaines, recherche et développement, développement durable et innovation. Fin 2023, Chanel employait plus de 36 500 personnes dans le monde.